# Εισαγωγή & Ενημέρωση προϊόντων

Για την διευκόλυνση των αναγνωστών θα πρέπει να σημειωθεί ότι η παρούσα ενότητα δεν θα αναφερθεί στην ποιότητα του περιεχομένου που πρέπει να έχουν τα προϊόντα (σωστούς τίτλους, περιγραφές κ.λπ.) σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αλλά θα περιγραφούν οι βασικοί τρόποι εισαγωγής/καταχώρησης προϊόντων σε αυτό.

Η εισαγωγή και η ενημέρωση προϊόντων στο e-shop μπορεί να είναι από μια απλή διαδικασία έως μια εξαιρετικά επίπονη εργασία.

Όταν αναφερόμαστε σε ένα πολύ μικρό e-shop (της τάξης των 0-200 προϊόντων) τότε η χειροκίνητη εισαγωγή, ίσως είναι η καλύτερη και πιο οικονομική λύση, ενώ για μεγαλύτερου μεγέθους ηλεκτρονικά καταστήματα η ημι-αυτόματη ή αυτόματη διαδικασία εισαγωγής προϊόντων είναι σχεδόν πάντα, μονόδρομος.

Πριν μιλήσουμε όμως για τους διαθέσιμους τρόπους εισαγωγής προϊόντων σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα ας δούμε τους βασικούς τύπους προϊόντων.

## Τύποι προϊόντων

### Απλά Προϊόντα

Όπως λέει και το όνομα τους, τα απλά προϊόντα είναι η πιο απλή μορφή φυσικού προϊόντος. π.χ. ένα κόσμημα, ένα ανταλλακτικό κ.λπ. είναι κλασικά παραδείγματα απλών προϊόντων

### Μεταβλητά ή Σύνθετα Προϊόντα

Τα μεταβλητά προϊόντα θα μπορούσαν να οριστούν ώς ένας τύπος προϊόντων που δίνει την δυνατότητα χρήσης ενός συνόλου παραλλαγών για ένα προϊόν, με απόλυτο έλεγχο σε κάθε μία από αυτές σχετικά με την τιμή, τον κωδικό, το απόθεμα, την φωτογραφία, την εκπτωτική τιμή κ.λπ.  
  
Για να γίνουμε πιο κατανοητοί, ένα απλό παράδειγμα, ενός μεταβλητού προϊόντος θα μπορούσε να είναι ένα T-shirt το οποίο διατίθεται σε 3 χρώματα και 3 μεγέθη.

Σε αυτή την περίπτωση αν υποθέσουμε ότι όλα τα μεγέθη διατίθενται σε όλα τα χρώματα, τότε μπορούμε να καταλάβουμε ότι αυτό το μεταβλητό προϊόν περιλαμβάνει επί της ουσίας 9 προϊόντα και το καθένα από αυτά μπορεί να έχει διαφορετικό κωδικό (sku), διαφορετική φωτογραφία κ.λπ

## Τρόποι εισαγωγής

Τώρα που κατανοούμε τους τύπους προϊόντων μπορούμε να προχωρήσουμε με τους διαθέσιμους τρόπους καταχώρησης/εισαγωγής τους σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

Υπάρχουν κατ’ελάχιστο τρεις διαθέσιμοι τρόποι εισαγωγής προϊόντων οι οποίοι αναφέρονται παρακάτω με σειρά δυσκολίας :

* Χειροκίνητη εισαγωγή,
* Μαζική αυτοματοποιημένη εισαγωγή από αρχείο excel, csv, xml,
* Εισαγωγή & Συγχρονισμός με ERP ή άλλη εξωτερική βάση δεδομένων

### Χειροκίνητη εισαγωγή

Κατά τη χειροκίνητη εισαγωγή όπως άλλωστε το λέει και το όνομα της, ο χρήστης καλείται να καταχωρήσει ένα-ένα τα προϊόντα. Συνήθως τα βασικά στοιχεία που πρέπει να έχει ο χρήστης στα χέρια του είναι τα ακόλουθα :

* Κωδικό (SKU)
* Όνομα προϊόντος
* Σύντομη περιγραφή
* Περιγραφή
* Φωτογραφία ή φωτογραφίες
* Τιμή
* Ποσότητα (απόθεμα)
* Ταξινομία (κατηγορίες / ετικέτες κ.λπ.)
* Brand

### Μαζική αυτοματοποιημένη εισαγωγή από αρχείο

Η μαζική αυτοματοποιημένη εισαγωγή από αρχείο πραγματοποιείται με την βοήθεια :

* έτοιμων λογισμικών εισαγωγής - που προμηθεύονται και παραμετροποιούνται για τις ανάγκες κάθε ηλεκτρονικού καταστήματος
* ή custom εφαρμογής που αναπτύσσεται από τον developer σας

Με όποιον και από τους δύο προαναφερόμενους τρόπους υλοποιηθεί η διαδικασία εισαγωγής προϊόντων, προαπαιτείται η ύπαρξη σωστά δομημένων αρχείων δεδομένων με τα στοιχεία των προς εισαγωγή προϊόντων.

Ένα τέτοιο αρχείο μπορεί να είναι της μορφής .csv, .xls, .xlsx, .xml ή άλλη πηγή δεδομένων.

Ταυτόχρονα με το αρχείο δεδομένων, θα πρέπει να υπάρχουν και τα αντίστοιχα αρχεία πολυμεσικού υλικού (Φωτογραφιών κ.λπ.).

Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί ώστε, είτε να υπάρχει μία στήλη στο αρχείο δεδομένων με τα ονόματα των φωτογραφιών (περισσότερες στήλες στην περίπτωση των πολλαπλών αρχείων φωτογραφιών για κάθε προϊόν) είτε τα ονόματα των φωτογραφιών να συνδέονται άμεσα με τον κωδικό του κάθε προϊόντος.

### Εισαγωγή & Συγχρονισμός με ERP ή άλλη εξωτερική Βάση Δεδομένων

Ο τρίτος κατά σειρά τρόπος εισαγωγής είναι ο πιο σύνθετος, αλλά συγχρόνως και ο πιο αποδοτικός, ειδικά όταν μιλάμε για μεγάλα ηλεκτρονικά καταστήματα.

Συνήθως οι “γέφυρες διασύνδεσης” κατασκευάζονται εξατομικευμένα και κατά περίσταση αφού προηγηθεί η κατάλληλη μελέτη αναγκών της κάθε επιχείρησης.

Το βασικότερο πλεονέκτημα έναντι των άλλων υλοποιήσεων είναι ότι οι γέφυρες συνεχίζουν να εξυπηρετούν ανάγκες και μετά την πρώτη εισαγωγή προϊόντων. Βασικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι η εισαγωγή των προϊόντων είναι συνήθως η πιο απλή διαδικασία που εκτελεί μια γέφυρα (εξαρτάται πάντα από την υλοποίηση).

Οι λειτουργίες της γέφυρας εκτελούνται αυτοματοποιημένα, στο υπόβαθρο του συστήματος και συντελούν στη συνεχόμενη ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ του e-shop και του εμπορικού σας προγράμματος.

**Ενδεικτικά κάποιες ενέργειες που μπορεί να εκτελεί μία γέφυρα, είναι οι εξής :**

* Συγχρονισμός αποθέματος
* Ενημέρωση στοιχείων προϊόντων ( Τίτλοι, περιγραφές κ.λπ.)
* Ενημέρωση παραγγελιών

Ίσως το μοναδικό μειονέκτημα της γέφυρας διασύνδεσης είναι το κόστος υλοποίησης και συντήρησης της.